



BACHELORARBEIT

Herr
Bastian Gineiger

**Die moderne Serie – Wie sich
das Schauverhalten ändert**

2015

BACHELORARBEIT

Die moderne Serie – Wie sich das Schauverhalten ändert

Autor:
Herr Bastian Gineiger

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM11wM1-B

Erstprüfer:
Professor Christoph Amrhein

Zweitprüfer:
Maximilian Werner MA

Einreichung:

23.01.2015

BACHELOR THESIS

The modern series – Changes in the behavior of watching series

author:

Mr. Bastian Gineiger

course of studies:

Applied media

seminar group:

AM11wM1-B

first examiner:

Professor Christoph Amrhein

second examiner:

Maximilian Werner MA

Submission:

23.01.2015

Bibliografische Angaben

Gineiger, Bastian

Die moderne Serie – Wie sich das Schauverhalten ändert

The modern series – Changes in the behavior of watching

Abstract

Die Serienlandschaft hat sich in den letzten Jahren markant geändert. Die Serie selbst und auch das Schauverhalten der Zuschauer hat sich stark verändert. Vor allem die technische Weiterentwicklung der Endgeräte in Verbindung mit dem Internet ist einer der wichtigsten Faktoren. Diese Bachelorarbeit beleuchtet die modernen Serien sowie das veränderte Schauverhalten.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VII
1 Einleitung	1
1.1 Fragestellung	2
1.2 Vorgehensweise	3
2 Fernsehen mit Qualität	3
2.1 Merkmale einer Quality-TV-Serie	5
2.2 Was eine erfolgreiche Serie braucht	14
3 Unterschiedliche Serien	15
3.1 „Status-Quo-Serie“ vs. „Serial“	15
3.2 Die Miniserie	17
4 Serien in den USA und Deutschland	18
5 Rezeptionsarten von Serien	19
6 „Audience Engagement“ – Die Publikumsbindung	21
7 Funktion und Ziele des „Audience Engagements“	23
8 Auswirkungen von Serien auf Körper und Geist	25
9 Änderung des Schauverhaltens in Zahlen	27
10 Auswertung der eigenen Umfrage	29
11 Fazit	33
Literaturverzeichnis	VIII
Anlagen.....	XI
Eigenständigkeitserklärung	XIV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sky Werbeplakat „Boardwalk Empire“	1
Abbildung 2: Einschaltquoten von Pay-TV und Broadcastserien.....	8
Abbildung 3: Figurenensamble von „Game of Thrones“	9
Abbildung 4: Szene aus „Mad Men“	12
Abbildung 5: „Breaking Bad“ - Darsteller Bryan Cranston mit zwei Emmys....	13
Abbildung 6: Internetlexika von „Game of Thrones“ und „The Vampire Diaries“	16
Abbildung 7: Emmy für ZDF Dreiteiler.....	18
Abbildung 8: Internetseite von „Kinox.to“	21
Abbildung 9: „Game of Thrones“ Merchandise.....	22
Abbildung 10: Emotionen bei „Game of Thrones“	26
Abbildung 11: Emotionen bei „Game of Thrones“	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Umfrage Ergebnis Frage 2.....	30
Tabelle 2: Umfrage Ergebnis Frage 3.....	31
Tabelle 3: Umfrage Ergebnis Frage 4.....	31
Tabelle 4: Umfrage Ergebnis Frage 5.....	32
Tabelle 5: Umfrage Ergebnis Frage 6.....	32

1 Einleitung

Immer häufiger stößt man im Alltag auf solche Citylight Plakate. Hier ist ein Werbeplakat des Pay-TV-Senders Sky zu sehen auf dem die HBO-Serie „Boardwalk Empire“ beworben wird.



Abbildung 1: Sky Werbeplakat „Boardwalk Empire“¹

Diese Plakate zeigen den markanten Wandel, der sich in den letzten Jahren in der Serienlandschaft vollzogen hat. Vorher lockten Pay-TV-Sender wie Sky mit ihren Hollywood-Blockbustern und jetzt sind die modernen Serien ihre Flaggschiffe.

¹ Eigene Fotografie

Bei der Emmy-Verleihung 2013 in Los Angeles verkündete ein Drehbuchautor: „Hollywood ist am Ende, was Filme angeht. Und Regisseure wie Oliver Stone haben wirklich keine Lust Iron Man 5 zu drehen. Nur das Fernsehen rettet sie.“²

Schaut man sich an, wer bei aktuellen Serien Regie führt, kann man diesem Zitat nur Recht geben. Martin Scorsese mit „Boardwalk Empire“, David Fincher mit „House of Cards“, Michael Mann mit „Luck“ und viele andere Filmschaffende genießen die Freiheit, welche das Fernsehen ihnen bietet. Und auch die Liste an Schauspielern, die man vorher nur aus Filmen kannte und jetzt die große Leinwand gegen Rollen im TV eintauschen scheint schier endlos.³

Parallel dazu kommt die rasante Entwicklung und der Aufstieg der Video-on-demand-Services wie Maxdome oder Netflix. Gerade diese Entwicklung trägt zu einer großen Veränderung beim Schauverhalten der Rezipienten bei.

Warum hat sich das Schauverhalten geändert? Weil sich neben dem technischen Fortschritt die Serie selber verändert hat. Daher wird im Titel dieser Arbeit der Ausdruck „moderne Serie“ benutzt. Oft ist auch von Quality-TV die Rede, was im Folgenden näher erläutert wird. Sie revolutionierten in den letzten Jahren die Fernsehlandschaft und das Schauverhalten der Zuschauer.

Um zu veranschaulichen wie es zu dieser Änderung des Schauverhaltens gekommen ist, wird zunächst das Wesen der modernen Serie näher erläutert. Was sind ihre Merkmale und wieso grenzen sie sich deutlich von dem ab, was der Fernsehzuschauer bisher zu sehen bekam.

1.2 Fragestellung

Im Fokus dieser Bachelorarbeit steht die Entwicklung von Fernsehserien; vor allem in den letzten fünf bis zehn Jahren und welche Veränderungen daraus für den Rezipienten entstanden sind. In ihrer Fragestellung befasst sie sich mit der Veränderung der Serie selbst und die Änderung im Schauverhalten der Zuschauer.

² vgl. Philippi

³ vgl. Nesselhauf und Schleich

1.3 Vorgehensweise – Wissenschaftliche Methode

Die Vorgehensweise in dieser Bachelorarbeit basiert auf Literaturrecherche in Fachliteratur und darin aufgeführten Umfragen, Tabellen, Statistiken und repräsentativen Quellen.

2 Fernsehen mit Qualität

Was ist Quality-TV? Es handelt sich um Fernsehen, das mit einer kulturellen Wertigkeit, wie man sie oft bei Art Cinema, Romanen und Literatur im Allgemeinen findet, versehen wird. Dies hat wenig mit normalem Fernsehen zu tun. Der amerikanische Pay-TV-Sender HBO wirbt mit dem Slogan „It's NOT TV, it's HBO“. ⁴

Für manche beginnt der Trend des Quality-TV bereits in 1980er Jahren mit Produktionen wie „Hill Street Blues“ (NBC 1981-1987), „Moonlighting“ (ABC 1985-1989) oder „Twin Peaks“ (ABC 1990-1991), die sich inhaltlich und formal vom bis dahin üblichen Programmangebot der amerikanischen Broadcast-Sender abhoben und ein anspruchsvolles und medienkompetentes Publikum ansprachen. Für andere gelten die Pay-TV-Serien der 90er Jahre wie „The Sopranos“ oder „The Wire“ als Wendepunkt in der Entwicklung der Serienlandschaft. Tatsächlich ist es sehr schwer, einen genauen Anfangspunkt für diese Entwicklung zu bestimmen. Fakt ist, dass sich in den letzten 10 Jahren ein markanter Wandel vollzogen hat, der weg von einfach gestrickten Wiederholungsmustern und trivialen Stoffen und hin zu komplex gestalteten Handlungen führt. Der Vergleich mit dem Kino ist nicht zu scheuen. Bewusst konträr zum traditionell schlechten Ruf des Fernsehens werden die neuartigen Serien im angloamerikanischen Sprachraum als „Quality-TV“ bezeichnet. Dadurch werden sie abgegrenzt von Boulevardformaten wie Reality-TV oder Casting-Shows und aber auch von herkömmlichen Sitcoms und Seifenopern.

⁴ vgl. Nesselhauf und Schleich

Auch innerhalb von Quality-TV-Serien sind Unterschiede zu verzeichnen. Die gewagtesten und künstlerisch ambitioniertesten Serien entstehen typischerweise bei den Pay-TV-Sendern, die im Gegensatz zu den frei zugänglichen Broadcast-Networks nicht an die puritanischen Anstandsregeln der amerikanischen Rundfunkaufsichtsbehörde gebunden sind. Das bedeutet, dass obszöne Schimpfworte oder zum Beispiel Nacktheit von der Behörde verboten wird. Auch auf das Image von Werbekunden müssen die Pay-TV-Sender oft keine Rücksicht nehmen. Vielmehr geht es ihnen darum, mit provokativen und zugleich gehobenen Programmen eine eigene Markenidentität aufzubauen, die sie von den großen Gratissendern unterscheidet und die Abo-Gebühr rechtfertigen soll.

Waren es in der Anfangsphase des Pay-TV vor allem die schneller, unzensiert und ohne Werbepausen ausgestrahlten Spielfilme der Hollywood-Studios, die diese Funktion erfüllten, nutzte sich dieses Prinzip im Laufe der 90er Jahre langsam ab. Zum einen, weil immer mehr Pay-TV-Sender nach dem gleichen Muster entstanden, zum anderen, weil sich mit dem Aufkommen von DVD und dem Internet neue Distributionswege für Spielfilme auftaten. Die neue Strategie, das Publikum von nun an verstärkt mit seriellen Eigenproduktionen an den Sender zu binden, ging auf. Schon bald zogen andere Pay-TV-Sender mit der gleichen Strategie nach.⁵

Bei verschiedenen Untersuchungen der Thematik hat sich herausgestellt, dass vier Serien den Kern der neuen modernen Serie bilden. Dabei handelt es sich um „The Sopranos“, „The Wire“, „Mad Men“ und „Breaking Bad“. Um diesen Kern herum haben sich aber auch andere Produktionen wie „Boardwalk Empire“, „Homeland“, „Six Feet Under“ oder „Game of Thrones“ entwickelt. Alle diese Serien lassen sich als große Erzählungen auffassen. Auffällig ist, dass es humoristische Serien es schwerer haben, als Quality-TV bezeichnet zu werden im Gegensatz zu Krimi- oder Dramaserien.⁶

Ein wesentlicher Teil der Faszination, welche die neuen US-Serien auf ihr Publikum ausüben, basiert auf der Renaissance des Fortsetzungsformats. In den 80ern entstand mit der Serie Dallas die erste große Prime-Time-Soap. Obwohl dies eine Welle von Nachahmungen auslöste, waren in den 90er Jahren immer noch Episodenserien wie „MacGyver“ oder die „The Cosby Show“, laut Quoten, am beliebtesten. Anders als bei der Seifenoper spielt es bei der Episodenserie keine Rolle, was vorher geschah.

⁵ vgl. Blanchet

⁶ vgl. Nesselhauf und Schleich

Es gibt keine Cliffhanger und offene Fragen, die Charaktere entwickeln sich kaum weiter, wir erfahren selten Neues über die Vergangenheit und auch die Beziehungen zwischen den Figuren bleiben statisch. Fortsetzungsserien haben zwar den Vorteil, dass sie ein besonders loyales Stammpublikum ausbilden, aber dafür auch den Nachteil, dass es Neueinsteigern und Gelegenheitsguckern schwer fällt, sich in der fortlaufenden Handlung zurechtzufinden. Näher wird dieses Thema in dem Kapitel 3.1 „Status-Quo-Serie vs. Serial“. ⁷

2.1 Merkmale einer Quality-TV-Serie

Aufgrund langer Erzählbögen werden die neuen Serien oft mit Romanen verglichen. Doch es liegt auf der Hand, dass der Eindruck, es mit etwas Neuartigem und Hochwertigem zu tun zu haben, mit dieser Eigenschaft allein nicht erklärt werden kann. Denn wäre es so, dann hätte man schon die Daily-Soaps aus den 70er Jahren mit dem Gütesiegel „Qualitätsfernsehen“ auszeichnen müssen. Der Begriff kam erst Mitte der 80er Jahre auf. Zunächst bei einigen Fernsehkritikern und schließlich auch in der Medienwissenschaft.

Prägend dafür ist das Buch „Television's Second Golden Age: From Hillstreet Blues to ER“ von Robert J. Thompson. Neben einer historischen Beschreibung der Faktoren, die zu diesem Trend geführt hatten, unternahm Thompson dabei den Versuch, Qualitätsserien anhand von zwölf typischen Merkmalen zu charakterisieren.

Diese Merkmale werden im Folgenden aufgezählt und teilweise mit Beispielen aus der aktuellen Serienlandschaft erläutert. ⁸

Merkmal 1: „Qualitätsserien sind nicht gewöhnliches Fernsehen“

Um als etwas Besonderes oder als künstlerisch wertvoll wahrgenommen zu werden, schreibt Thompson, sind Qualitätsserien bemüht, sich von den etablierten Normen des Fernsehens abzuheben. Dies kann auf zwei Arten geschehen: Entweder, indem ein bereits etabliertes Genre transformiert wird oder indem die Serie den Status quo noch radikaler herausfordert und Erzählmittel und Genremuster einsetzt, die im Fernsehen bislang völlig unerprobt waren. Ein gutes Beispiel dafür ist die Serie „The Sopranos“.

⁷ vgl. Blanchet

⁸ vgl. Blanchet

Der Erfinder der Serie, David Chase, nahm das im Fernsehen noch kaum etablierte Mafia-Genre und transformierte es. Das zeigt sich vor allem dadurch, dass er sich stärker auf das familiäre Alltagsleben des Mafiabosses und dessen psychische Probleme konzentrierte. Aber auch indem er das gewohnte Pathos des Genres herunterschraubte und durch Humor ersetzte.

Merkmal 2: „Qualitätsserien werden von Künstlern gemacht“

Dieser Punkt auf Thompsons Liste betrifft die Macher. Qualitätsserien werden nicht von Auftragsarbeitern geschaffen, sondern von Künstlern. Statt Thompsons Begriff „Künstler“ wird auch oft der französische Titel „Auteur“ verwendet, welcher von französischen Kritikern aus den 50ern geprägt worden ist. Dieser Titel wurde zu Beginn Regisseuren wie Alfred Hitchcock zugeschrieben. Aber die Namen der Schöpfer, welche hinter dem derzeitigen Serienboom stehen, sind den meisten Zuschauern nicht geläufig. Die Gründe dafür sind, dass anders als beim Film oder Kunstkino, wo das „Auteur-Prinzip“ ein zentrales Vermarktungsinstrument darstellt, werden Serien dem Publikum nur selten als das Werk eines individuellen Künstlers präsentiert. Außerdem arbeiten die führenden Köpfe einer Serie meist mit einem Team von Co-Autoren und ständig wechselnden Regisseuren zusammen.

Merkmal 3: „Qualitätsserien sprechen ein gehobenes Publikum an“

Dieser Punkt bezieht sich auf die Zuschauer. Galten Serien für lange Zeit als Inbegriff seichter Massenunterhaltung, sprechen Qualitätsserien ein gehobenes Publikum an. Es kommt aus der sozialen Oberschicht, ist gebildet, urban und jung. Also im Grunde für Akademiker und kulturell bewanderte Mediennutzer.⁹

⁹ vgl. Blanchet

Merkmal 4: „Qualitätsserien haben niedrige Einschaltquoten und kämpfen gegen den Widerstand der Sender und des Mainstream-Publikums“

Obwohl sie ein bei der Werbeindustrie besonders begehrtes Publikum ansprechen, müssen sich Qualitätsserien laut Thompson oft erst gegen die Skepsis der profitorientierten Sender und den Geschmack des Mainstream-Publikums durchsetzen. Sie sind selten ein Riesenerfolg, und selbst wenn sie erfolgreich werden, geschieht dies oft erst nach einer Phase, bei der ungewiss ist, ob sie den Quotenwettbewerb überstehen. Sofort-Erfolge sind bei Qualitätsserien daher laut Thompson eher selten. Aber in der heutigen Serienlandschaft lässt sich diese These so sicherlich nicht mehr halten, denn eine Qualitätsserie kann heute auf Anhieb Spitzenquoten erreichen. Ein Beispiel dafür ist die Serie „Lost“. Sie wurde von ABC lanciert und schnellste sofort ins Topsegment der Quotencharts.

Grundsätzlich geben die Pay-TV-Sender ihren Serien etwas mehr Zeit, ihr Publikum zu finden, da sie nicht unmittelbar von Einschaltquoten und Werbeeinnahmen abhängig sind. Wenn die Produktionskosten so hoch sind wie beispielsweise der Serie „Carnival“, die etwa 4 Millionen Dollar pro Folge verschlang, werden die niedrigen Einschaltquoten – die für ein Broadcast-Network ohnehin inakzeptabel wären – aber auch bei den Kabelkanälen zum Problem.¹⁰ Folgende Tabellen veranschaulichen diese Problematik genauer. Tabelle 1 gibt einen groben Überblick über die Unterschiede zwischen den Zuschauerzahlen bei erfolgreichen Broadcast-Network- und erfolgreichen Pay-TV-Shows. Sie zeigt die durchschnittlichen Einschaltquoten einiger der bekanntesten Serien der letzten Jahre aus den beiden Sektoren. Bei den Broadcast-Serien ist zu sehen, dass die Zuschauerzahlen bei einer Top-Network-Show in einer Spannbreite von ca. 21 Millionen Zuschauern bei Serien wie „Friends“ oder „CSI“ liegt. 11 Millionen Zuschauer sind es bei der Serie „24“.

Verglichen damit sind die Einschaltquoten im Pay-TV-Sektor deutlich niedriger. An der Spitze liegt „The Sopranos“ mit einem Durchschnitt von ca. 8 Millionen Zuschauern pro Folge. „The Sopranos“ war allerdings ein außergewöhnlicher Erfolg für HBO. Typischerweise liegen die Quoten bei den Pay-TV-Sendern eher in einer Spannbreite von 5 Millionen Zuschauern. Zum Vergleich: 2 bis 5 Millionen Zuschauer sind in etwa das, was ein bekannterer Independentfilm wie „The Wrestler“ (Darren Aronofsky, 2008) auf dem US-Markt erzielt.

¹⁰ vgl. Blanchet

Broadcast-Serien	Zuschauer pro Folge in Mio. (Durchschnitt aller Staffeln)	
CSI (CBS)	21,7	
FRIENDS (NBC)	20,0	
ER (NBC)	18,8	
DESPERATE HOUSEWIVES (ABC)	18,2	
GREY'S ANATOMY (ABC)	16,9	
NAVY CIS (CBS)	15,4	
HOUSE M.D. (Fox)	15,1	
FRASIER (NBC)	14,1	
LOST (ABC)	13,9	
ALLY McBEAL (Fox)	11,8	
THE X-FILES (Fox)	11,6	
24 (Fox)	11,3	
BUFFY THE VAMPIRE SLAYER (The WB)	4,6	

Pay- und Kabel-TV-Serien	Zuschauer pro Folge in Mio. (Durchschnitt aller Staffeln, wenn nicht anders vermerkt)	
	Erstausstrahlung	Inkl. Wiederholungen und DVR
THE SOPRANOS (HBO)*	8,1	(Staffel 5) 14,4
SEX AND THE CITY (HBO)*	7,0	–
SIX FEET UNDER (HBO)*	4,3	–
TRUE BLOOD (HBO)	3,4	10,0
CARNIVALE (HBO)*	2,6	–
BIG LOVE (HBO)	2,5	(Staffel 3) 5,0
BATTLESTAR GALACTICA (Syfy)	2,0	–
THE WIRE (HBO)	1,7	(Staffel 4) 4,4
MAD MEN (AMC)	1,4	(Staffel 3) 2,5
BREAKING BAD (AMC)	1,4	(Staffel 3) 2,2
DEXTER (Showtime)	1,0	2,1
CALIFORNICATION (Showtime)	0,7	2,1
IN TREATMENT (HBO)	0,4	1,8

US-TV-Haushalte:	115 Mio.
Subskribenten:	Syfy: 94 Mio.
	AMC: 88 Mio.
	HBO/Max: 41 Mio.
	Showtime: 15 Mio

Abbildung 2: Einschaltquoten von Pay-TV und Broadcastserien¹¹

Merkmal 5: „Qualitätsserien verfügen über ein großes Figuren-Ensemble, präsentieren unterschiedliche Perspektiven und haben multiple Plots“

Ein gutes Beispiel hierfür aus der aktuellen Serienlandschaft ist die Serie „Game of Thrones“ von HBO. Zählt man zu den Hauptcharakteren noch die kleineren, aber dennoch wichtigen Rollen dazu, umfasst das Ensemble von „Game of Thrones“ weit über 50 Figuren.

¹¹ vgl. Blanchet

Die verschiedenen Familien, oder Häuser, schaffen einen gewaltigen Pluralismus und eine Vielfalt an Plots, also Handlungssträngen, und Perspektiven.

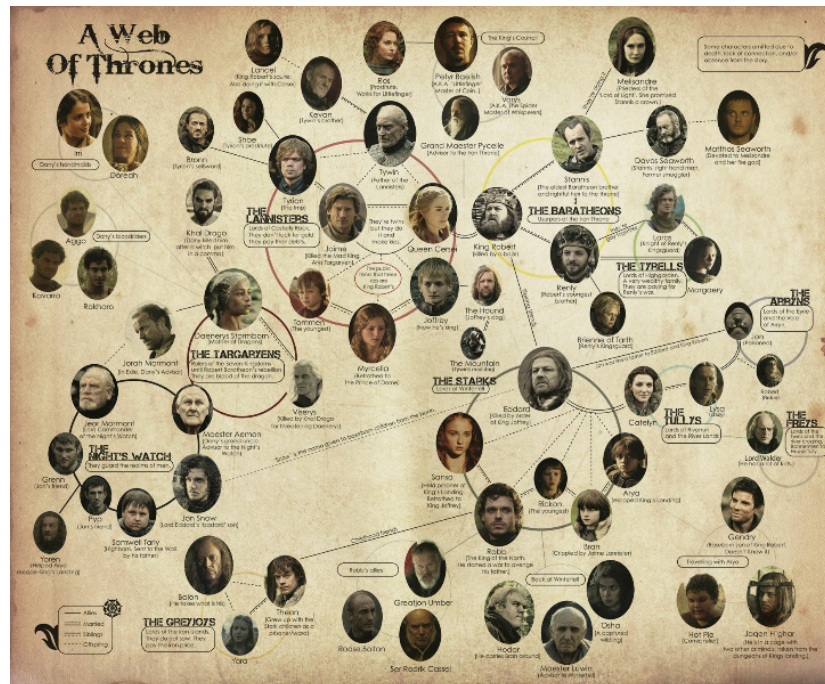


Abbildung 3: Figurenensamble von „Game of Thrones“¹²

Merkmal 6: „Qualitätsserien haben ein Gedächtnis“

Qualitätsserien können fortgesetzte Handlungsstränge benutzen oder mit in sich geschlossenen Folgen arbeiten. In jedem Fall aber, so Thompson, werden sie sich auf frühere Ereignisse zurückbeziehen. Die Figuren entwickeln sich weiter und verändern sich.

Im Extremfall können ein oder mehrere Handlungsstränge sogar über den Verlauf der gesamten Serie offen bleiben. Solche Handlungsstränge werden als „mythology arc“ bezeichnet. Zwei jüngere Beispiele, die auf das Muster solcher serienüberspannenden „Rätsel“ setzen, sind „Battlestar Galactica“ und „Lost“.¹³

¹² vgl. Blanchet

¹³ vgl. gameofthronescharacters.net (vollständige URL's siehe Literaturverzeichnis)

Merkmal 7: „Qualitätsserien kreieren ein neues Genre, indem sie bestehende Genres kombinieren“

Ein besonders markantes zeitgenössisches Beispiel ist „House M.D.“. Diese Serie kombiniert das Krankenhaus-Genre mit den Elementen einer Krimiserie wie CSI, denn Dr. House und sein Team lösen ihre medizinischen Fälle fast genauso wie die Forensiker bei „CSI Las Vegas“. Aber auch in anderen Serien kann man diese Tendenz zum Genre-Mix finden. Beispielsweise bei der Serie „Desperate Housewives“, welche neben seifenoper-haften Intrigen immer auch einen staffelübergreifenden Handlungsstrang besitzt, der sich auf ein Verbrechen bezieht, wie bei einem Krimi. Dazu kommen aber auch viele komödiantische Elemente.

Ein drittes Beispiel ist die Serie „Lost“, welche eine Kombination aus Robinson-Crusoe-Genre, Fantasy, Science Fiction, Mystery und Drama ist.

Merkmal 8: „Qualitätsserien sind literarisch und autorenzentriert. Der Schreibstil ist komplexer als bei anderen Serien.“

Dies zeigt sich zum Beispiel wieder an der Serie „Lost“, welche ihre Zuschauer mit einer Flut an Details und Informationen überhäuft und auch die formale Raffinesse und Geschwindigkeit, mit der die verblüffenden Wendungen und Rätsel von den Autoren konstruiert werden. Manchmal sind es auch die behandelten Themen, die eine Serie komplex erscheinen lassen. Beispielsweise die politischen Prozesse und Streitfragen, die in der Serie „The West Wing“ erläutert und diskutiert werden.

Da Thompson sich explizit auf die Literatur beruft, kann man außerdem auf die komplexe Sprache verweisen, der sich die Figuren in manchen Serien bedienen. Bei „The West Wing“ gibt es die schlagfertigen und rasanten Wortgefechte oder bei „The Sopranos“ wird oft Mafia-Jargon verwendet. Auch in „The Wire“ wird der Baltimore-Ghetto-Slang zu einer eigenständigen Kunstform erhoben. Bei „Mad Men“ hingegen sind es eher die komplex dargestellten Figuren, die an einen Roman erinnern. Blickt man auf die Art und Weise, wie diese Serie die gesellschaftlichen Umwälzungen der 1960er Jahre thematisiert, lässt sich außerdem von einem komplexen Subtext sprechen.¹⁴

¹⁴ vgl. Blanchet

Denn im Gegensatz zum wissenden Publikum, das auf diese Veränderungen ständig hingewiesen wird, ahnen die Figuren von „Mad Men“ ja nicht, worauf die Geschichte zusteuert. Auch sonst bleibt in dieser Serie Vieles unausgesprochen und muss vom Zuschauer ergänzt werden.

Merkmal 9: „Qualitätsserien sind selbstreflexiv“

Ein weiteres Merkmal von Qualitätsserien ist ihre Tendenz zur Selbstreflexivität. Darunter versteht Thompson gezielte Anspielungen auf die Hoch- und Populärkultur oder das Fernsehen selbst. Sein Hauptbeispiel ist die Serie „Moonlighting“, die in den 80ern für ihre selbstbezüglichen Gags berühmt wurde. Die Hauptfiguren ließen sich darin immer über den Sender und die Drehbuchautoren aus oder beklagten die fallenden Quoten.

Dieses Merkmal lässt sich aber natürlich nicht immer in jedem Genre finden.

Merkmal 10: „Qualitätsserien behandeln kontroverse Themen“

Dieses Merkmal von Thompson ist das Aufgreifen von Tabuthemen und kontroversen Stoffen. Er beruft sich auf Serien wie „St. Elsewhere“, die in den 80ern als gewagt galt, da sie sich trauerte Themen wie AIDS, Homosexualität, Rassismus oder Religion anzusprechen.

Heute wirkt diese Aufzählung dagegen eher zahm, wenn man bedenkt, dass Serien wie „Queer as Folk“ oder „The L-Word“ Homosexualität nicht nur ansprechen, sondern sie sogar ins Zentrum rücken. Hier bleibt noch zu erwähnen, dass „The L-Word“, was hierzulande auf Pro7 lief, auf einem amerikanischen Broadcast-Network auch heute nicht gezeigt wird. Weniger, weil es darin um den Lebensstil lesbischer Frauen geht, sondern vor allem wegen der expliziten Nackt- und Sexszenen.

Die in den letzten Jahren markant gestiegene Freizügigkeit und der Zuwachs an US-Serien, die mit kontroversen Themen arbeiten, beruhen also in erster Linie auf dem Vorstoß der Pay-TV-Sender in den Serienmarkt und nur bedingt auf einem gesellschaftlichen oder medienpolitischen Wandel. Da Sittlichkeitsfragen und Themen wie Sexualität, Drogenmissbrauch und Religion in der amerikanischen Gesellschaft eine wesentlich wichtigere Rolle spielen als in Europa, hebt Thompson auch die politische Dimension von Serien hervor, die solche Streitpunkte ansprechen.¹⁵

¹⁵ vgl. Blanchet

Charakteristisch für Qualitätsserien sei dabei, dass sie eine linksliberale Einstellung zu ihren Stoffen einnehmen. Eine ideologisch rechtskonservative Qualitätsserie sei nur schwer vorstellbar.

Es gibt diverse Shows, in denen politische Themen zumindest am Rande behandelt werden. Hier ist zum Beispiel „True Blood“ zu erwähnen. Sie spielt in einer Welt, in der die Vampire ihre Coming-Out hatten und nach der Anerkennung in der Gesellschaft streben, was insbesondere in den konservativen Südstaaten, wo die Geschichte angesiedelt ist, zu rassistischen Auseinandersetzungen führt. Das der extrovertierte schwule und schwarze Lafayette in der Hinterwäldler-Gemeinde dabei vollkommen akzeptiert wird, wirkt nach den Maßstäben unserer Welt erstaunlich und hebt die politische Konnotation der Vampir-Metapher aber umso deutlicher hervor.

Merkmal 11: „Qualitätsserien versuchen realistisch zu sein“

Realismus ist bei Serien sehr komplex zu betrachten. Man versteht aber darunter den Versuch ein nüchternes und möglichst ungeschminktes Bild des sozialen Alltags und der Lebensumstände einer Gruppe von Menschen zu schaffen. Auch hierfür ist die Serie „The Wire“ ein gutes Beispiel. Auch hier kommt man nicht ganz um phantastische Elemente und dramatische Überhöhungen herum, dennoch hat diese Serie einen beachtlich authentischen sozialrealistischen Ethos. Aber auch „The West Wing“ wurde für seine akkurate Darstellung des amerikanischen politischen Systems gelobt.¹⁶



Abbildung 4: Szene aus „Mad Men“¹⁷

¹⁶ vgl. Blanchet

¹⁷ vgl. oxfordstudent.com

Ein weiteres Beispiel ist das detailverliebte Kostüm und Setdesign bei „Mad Men“ und seine Bemühungen, ein getreues Abbild der Strukturen der frühen 60er Jahre zu zeichnen.

Merkmal 12: „Qualitätsserien werden mit Lobeshymnen und Preisen überhäuft“

Bei diesem letzten Merkmal hebt Thompson hervor, dass Serien, die eines oder mehrere der oben genannten Merkmale aufweisen, jene Serien sind, die von Kritikern am meisten gelobt werden und bei Preisverleihungen wie den Emmys und den Golden Globes gewinnen. Allein „The Sopranos“ wurde mit 21 Emmy-Awards und fünf Golden Globes ausgezeichnet. Aktuelle Serien wie „Breaking Bad“, „Game of Thrones“ oder „House of Cards“ sind die letzten Jahre vielfach auf der Nominiertenliste der Emmys oder von den Golden Globes vertreten.¹⁸



Abbildung 5: „Breaking Bad“ - Darsteller Bryan Cranston mit zwei Emmys¹⁹

¹⁸ vgl. Blanchet

¹⁹ vgl. s1.ibtimes.com

2.2 Was eine erfolgreiche Serie braucht

Kreative Serienmacher wie David Chase oder David Simon hatten schon in den 70ern und 90ern an Serien wie „The Rockford Files“ (1974-1980) und „Northern Exposure“ (1990-1995) mitgewirkt. Hier bleibt aber zu erwähnen, dass diese Serien im Free TV zu sehen waren im Gegensatz zu den heutigen Serien, die auf Premium-Kabelsendern ausgestrahlt werden. Vielleicht ist die Serien-Revolution ja auch dem Aufkommen des Pay-TV zu verdanken. Gutes Fernsehen für eine schaukräftige Minderheit scheint eine wichtige Zutat im Erfolgsrezept der modernen Serie zu sein. Beispielsweise kam „The Wire“ bei einer Staffel nicht über eine Millionen Zuschauer.

Um Erfolg zu haben, braucht es Zuschauer. Das müssen aber nicht mal so viele sein. Wichtig ist, dass der Zuschauer aktiv und leidenschaftlich in das serielle Material involviert ist. Man spricht nicht umsonst von „Serienjunkies“, die einer Sucht der Serie anheim gefallen sind.

Matthew Weiner, der Mann hinter „Mad Men“, formulierte die Erfolgsformel so: „Wir haben mit einer eisernen Fernsehregel gebrochen: Deine Hauptfigur darf sich nicht entwickeln, sie darf nichts dazu lernen, sie darf sich nicht ändern. Der durchschnittliche Serienzuschauer einer eher konventionellen Serie wie „Friends“ schaltet sechsmal pro Jahr ein. Dieser Zuschauer will sich sofort orientieren können, sich zu Hause fühlen, deshalb muss alles sein wie immer, wenn er auf die Fernbedienung tippt. Bei den Sopranos aber wird plötzlich jemand ermordet, den die Zuschauer lieb gewonnen haben, und auch sonst ist alles im Fluss. Automatisch entsteht so eine romanhafte Struktur. Und dadurch verändert sich auch das Zuschauerverhalten: Nicht sechsmal pro Jahr wird eingeschaltet, sondern bei jeder Folge.“²⁰

Trotz romanhafter Struktur geht es hier mitnichten darum, Fernsehen mit Literatur gleichzusetzen, also Quality-TV als Nachfolger oder als nächste Stufe der Literatur zu bezeichnen. Von Bedeutung ist vielmehr, dass Serien von Literatur lernen und etablierte narrative Muster für ihr Medium anpassen. Die Staffeln der modernen Serie folgen komplexen „Story Arcs“, die Figuren reifen und entwickeln sich und ziehen so den Zuschauer in ihren Bann. Diese Form der Serie funktioniert nur in seiner Gänze. Lässt man einzelne Episoden ausfallen, hat das verheerende Konsequenzen für das Verständnis der komplexen Zusammenhänge. Der Zuschauer muss sich an bisherige Ereignisse erinnern, um der Serie folgen zu können.²¹

²⁰ vgl. Huetlin

²¹ vgl. Nesselhauf und Schleich

3 Unterschiedliche Serien

Serie ist nicht gleich Serie. Natürlich lassen sich Serien in verschiedene Genres, wie Krimi oder Drama einteilen. Es gibt aber auch verschiedene Arten von Serien, die in ihrer Machart ihre Unterscheidungsmerkmale finden. Im Folgenden geht es um die Unterscheidung einer „Status-Quo-Serie“ und einer Fortsetzungsserie oder auch „Serial“ genannt.

3.1 „Statuts Quo-Serie“ vs. „Serial“

Beginnt und endet die „Status Quo“-Serie in einem austauschbaren Zustand des Glücks, der nur vorübergehend und nur innerhalb der Episodenhandlung aufgehoben wird, hat das sowohl für die Figuren wie auch die Rezipienten Auswirkungen hinsichtlich der Möglichkeit des Vergessens. Der Zuschauer verlässt sich hierbei auf einen klaren Aufbau: Glück – Episodenfall – Lösung – Glück.

Beim progressiven Serial (Fortsetzungsserie) kann schon der Beginn jeder einzelnen Episode von Chaos geprägt sein, das sich im weiteren Verlauf der Handlung regelmäßig vergrößert oder lebendig gehalten wird. Ein kurzzeitiges Happy End scheint in diesem Kontext immer trügerisch zu sein. Für die Figuren ist es selbstverständlich, dass sie den Vorlauf, der zu diesem Chaos geführt hat, in Erinnerung behalten. Das erlaubt völlig neue Charakter-, Handlungs- und Konfliktdimensionen. Figuren, welche mit Erinnerungen leben und vielleicht auch unter ihnen leiden, erscheinen authentischer und lebensnaher.

Hierbei wird aber auch dem Rezipienten ein gewisses Erinnerungsvermögen abverlangt, wenn er der Handlung in seiner detaillierten Gänze folgen will. Ein Hilfsmittel für den Zuschauer ist der Episodenanfang mit einer „Recap-Sequenz“ (Previously on ...) in der nochmal wichtige Details vorheriger Episoden dargestellt werden. Beispiele für ein progressives Serial ist der moralische Abstieg eines Walter White (Breaking Bad), die ethisch-politischen Abgründe in Westeros (Game of Thrones) oder auch die Serie „Lost“. Wer hier nicht von Anbeginn dabei ist, hat kaum eine Chance, das absurde Universum der Serie zu verstehen.^{22,23}

²² vgl. Blanchet

²³ vgl. Nesselhauf und Schleich

Ein gutes Beispiel für eine typische Status-Quo-Serie ist die Zeichentrickserie Die Simpsons oder aber auch die diversen CSI-Serien.

Die Industrie hatte erkannt, dass sich viele Zuschauer die Serien nicht mehr „live“, sondern zeitversetzt ansehen: sei es auf DVD/Blu-ray, auf digitalen Videorecordern oder über den legalen oder illegalen Download via Internet. Zudem arbeitet im Netz eine Vielzahl von freiwilligen Helfern daran, den Verlauf der Serien und die Beschaffenheit ihrer Universen bis ins kleinste Detail zu dokumentieren.²⁴

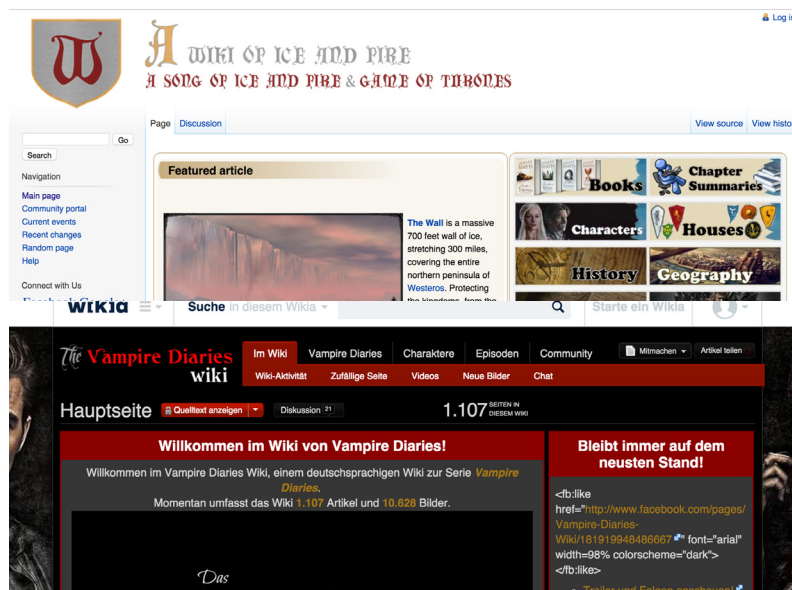


Abbildung 6: Internetlexika von „Game of Thrones“ und „The Vampire Diaries“²⁵

Gerade Fortsetzungsserien mit ihren ständig wachsenden Story-Welten und offenen Fragen eignen sich besonders gut, um die Internetforen und –lexika mit Stoff zu versorgen (siehe Abbildungen 5 und 6).²⁶

²⁴ vgl. Blanchet

²⁵ vgl. awoiaf.westeros.org und de.vampirediaries.wikia.com

²⁶ vgl. Blanchet

3.2 Die Miniserie

Der Begriff Miniserie stammt aus den USA der 70er und 80er Jahre und wurde als Fortsetzungsserie verstanden. In Deutschland versteht man unter Miniserie Produkte wie „Mehrteiler“ oder „Fernsehfilm in X Teilen“. Somit wird in Deutschland die Miniserie weniger als Serie, sondern als überlanger Fernsehfilm verstanden.

Die Miniserie ist meist durch ein im Verhältnis zum übrigen Fernsehangebot hohes Budget gekennzeichnet. Daher ist ein wesentliches Ziel der Miniserie das Erreichen eines größtmöglichen Publikums. Um das zu ermöglichen und um die meist hohen Produktionskosten decken zu können, werden Miniserien oft an Feiertagen ausgestrahlt. Das Publikum der Miniserie ist als anspruchsvoller einzustufen und als das gängige Fernsehprogramm ablehnend.

Gerade diese Zielgruppe wird als einkommensstärker und daher als werberelevanter betrachtet. Daher zeigen Miniserien oft Literaturadaptionen. Um diesem hohen Anspruch auf Seiten der Zuschauer gerecht zu werden, werden erfahrene Drehbuchautoren verpflichtet. Mit den daraus entstehenden hochwertigen Produktionen ist die Hoffnung eines Imagegewinns für die jeweilige Sendeanstalt und dass sich idealerweise eine langfristige Bindung an das übrige Programm der Sendeanstalt, über den Ausstrahlungszeitraum des Mehrteilers hinaus, entwickelt. Oft ist die Narrative der Miniserien epischer Natur und sie rücken historische Epochen, familiäre oder einzelbiographische Schicksale in den Mittelpunkt. Der Miniserie gelingt es so, anspruchsvolle Sachverhalte in komplexen dramaturgischen Strukturen auch einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Die einzelnen Teile der Miniserie werden durch zentrale Narrative miteinander verbunden, in welchen sich die Handlung und die Figuren weiterentwickeln. Einzelne Episoden werden daher offen gestaltet und das Gesamtwerk erfährt im Laufe der Erzählung eine Auflösung. Der Abschluss des miniseriellen Werkes wird oft aber so gestaltet, dass keine Fortsetzung vorgesehen ist.

Der Begriff Miniserie ist aber daher missverständlich, da es mehr dem Typus Serial gleicht. Die Bezeichnung Serie trifft daher nur zu, da es eine begrenzte Anzahl fortlaufender Episoden gibt, welche auf ein Ende hinsteuern. In den USA erleidet die „Miniseries“ eine leichte Krise, da sie mehr und mehr von den Serials abgelöst wird. In Deutschland konnte sich, wie schon erwähnt, keine richtige Serienkultur ausbilden.²⁷

²⁷ vgl. Hahn

Mehrteiler wie „So weit die Füße tragen“ von 1959 bis hin zu „Unsere Mütter, Unsere Väter“ von 2013 sind allerdings, im Gegensatz zu den USA, kontinuierliche Bestandteile der deutschen Serienlandschaft geblieben. So hat die komplexe Serialität in Deutschland ihre Ausdrucksform möglicherweise in der Miniserie gefunden.

Die amerikanische TV-Auszeichnung Emmy gibt dieser These auch recht, denn der deutsche Mehrteiler „Unsere Mütter, Unsere Väter“ gewann den International Emmy.

Der Intendant Thomas Bellut über den Erfolg: „Das ist ein toller Erfolg für das ZDF. Unsere Mütter, unsere Väter hat das Bild vom deutschen Fernsehen weltweit verändert. Sender in mehr als 100 Ländern haben die Produktion gekauft, und in vielen ist es schon mit riesigem Erfolg in der Primetime gelaufen.“²⁸



Abbildung 7: Emmy für ZDF Dreiteiler²⁹

4 Serien in den USA und Deutschland

Das Fernsehen in den USA wird immer noch als Vorbild gesehen, obwohl die Zustände auch nicht gerade paradiesisch sind. Aber hier muss man auch wieder zwischen „free broadcast tv“ und Kabel- und Pay-TV unterscheiden. Wenn selbst ein Flaggschiff des Quality-TV wie „The Wire“ mehrmals vor dem Aus stand, darf man sich nicht wundern wenn Serien wie „Brotherhood“ oder „Enlightened“ abgesetzt werden oder bei Serien wie „Breaking Bad“ oder „Mad Men“, die mit erheblicher Verspätung in die nächste Staffel starten, weil man sich ganz einfach bei der Finanzierung uneinig ist. Aber US-amerikanisches Pay-TV kann Serien auch bei schlechter Quote über mehrere Staffeln halten.³⁰

²⁸ vgl. Süddeutsche Medien

²⁹ vgl. img.welt.de

³⁰ vgl. Nesselhauf und Schleich

Trotzdem gibt es auch dort Probleme und es läuft nicht immer reibungslos, auch wenn es sich aus deutscher Perspektive so anfühlen mag.

Durch die Emmy-Verleihung lässt sich der hohe Stellenwert von Serien im US-amerikanischen Raum gut ablesen. Diese „Währung des Erfolgs“ kann mit der Oscarverleihung konkurrieren, denn das mediale Interesse ist so groß wie nie zuvor. Beispielsweise forderte ein Journalist der NY Times, die Serie „The Wire“ verdiene den Literatur-Nobelpreis.

Jenseits des Atlantiks sieht die Serienlandschaft schon ganz anders aus. Ganz besonders in Deutschland. Selbst Nachbarländer wie Frankreich und Schweden trumpfen mit ihren Serien „Spirals“ oder „Wallander“ auf. England ist und bleibt aber Vorreiter in Europa mit bbc-Serien wie „Sherlock“. Schuld sind hierzulande die strukturellen Probleme des deutschen Fernsehmarktes. Das Privatfernsehen ist komplett werbefinanziert und pocht nur auf gute Einschaltquoten, während das öffentlich-rechtliche Fernsehen nicht im Ruf steht, Qualität ihrer Inhalte unabhängig von Einschaltquoten zu produzieren.

Eine Folge davon ist, dass Serien wie „Im Angesicht des Verbrechens“ oder „Der Tatortreiniger“ regelmäßig ums Überleben kämpfen müssen, obwohl sie von Kritikern hochgelobt werden. Es scheint an Mut zu fehlen, gute deutsche Serien zu produzieren.³¹

5 Rezeptionsarten von Serien

Ein weiterer Punkt der zunehmend in den Fokus gerät, ist die Vielzahl möglicher Rezeptionsarten von TV-Serien. Neben der klassischen Form, also von Woche zu Woche im Fernsehen, lassen DVD-Boxsets und vor allem ein stetig wachsendes Video on demand-Angebot den Zuschauern die Wahl, wann und wie sie die Serie konsumieren wollen. Ob eine, zwei oder alle Folgen auf einmal, der Zuschauer hat es selbst in der Hand. Viele Serien werden direkt für digitale und auch mobile Endgeräte produziert. „House of Cards“, „Orange Is The New Black“ von Netflix und auch „Alpha House“ von Amazon werden direkt als Video on demand-Serien produziert.³²

³¹ vgl. Nesselhauf und Schleich

³² vgl. Nesselhauf und Schleich

Mit der globalen Verfügbarkeit von TV-Serien geht auch ein anderer interessanter Trend einher, denn Serien schaut man auch oft in der Originalsprache. Selbst hierzulande reagieren die TV-Sender auf dieses Bedürfnis der Zuschauer. Inzwischen bieten Spartensender wie ProSieben maxx Serien auch im Original an.³³

Wie weit sich der Konsum von Fernsehserien im heutigen Internetzeitalter auf andere Plattformen als die ursprüngliche TV-Ausstrahlung verlagert hat, lässt sich nur schätzen. Ein dokumentiertes Beispiel dazu liefert die Vampir-Serie „True Blood“ von HBO. Laut Angaben von HBO wurde eine Folge der zweiten Staffel 2009 im Durchschnitt von etwa 12,4 Millionen Zuschauern gesehen. Aber nur ungefähr 24 % dieses Publikums waren schon bei der Erstausstrahlung am Sonntagabend um neun Uhr auf dem Hauptkanal des Senders dabei gewesen. 37%, also etwa 4,6 Millionen Zuschauer, sahen sich stattdessen lieber eine Wiederholung auf HBO oder einem seiner diversen Themenkanäle an. 21% (2,6 Millionen) zeichneten die Folgen digital auf, und rund 18% (2,2 Millionen) griffen auf HBOs Video-on-Demand-Service zurück. Von der DVD-Box der ersten Staffel wurden nach einer Schätzung der Website „The Numbers“ in den USA im selben Jahr etwa 1,8 Millionen Einheiten verkauft. Dies sind zwar deutlich weniger als beim DVD-Topseller „Twilight“ (etwa 10 Millionen) aber trotzdem war „True Blood“ damit die meistgekauftete Serie in Amerika.

Am Schwierigsten ist es, die Rolle des Internets einzustufen. Detaillierte Angaben zu einzelnen Titeln machen legale Download- und Streaming-Anbieter wie iTunes oder Hulu aber nicht, ganz zu schweigen von den illegalen Distributionskanälen. Hier kann man sich höchstens an der Rangliste des Weblogs „Torrentfreak“ orientieren, die auf den automatisch mitgezählten Download-Raten der File-Sharing-Plattform „BitTorrent“ basiert.

Danach wurden die neuen Folgen von „True Blood“ im Jahre 2009 im Durchschnitt jeweils 1,6 Millionen Mal weltweit heruntergeladen. „BitTorrent“ gehört zu den beliebtesten Tauschbörsen. Daneben gibt es aber noch diverse andere Wege, wie Serienliebhaber an aktuelle Episoden kommen, wie zum Beispiel über sogenannte One-Click-Hoster wie „Rapid Share“ oder über Streamingportale wie das oft in der Kritik stehende „kinox.to“. Andere Quellen sind asiatische Youtube-Konkurrenten, die es mit der Kontrolle der eingestellten Videos ebenfalls nicht so genau nehmen oder die illegalen Inhalte nicht schnell genug löschen.³⁴

³³ vgl. Nesselhauf und Schleich

³⁴ vgl. Blanchet

Die tatsächliche Anzahl der Internet-Schwarzseher dürfte also um einiges höher sein.³⁵



Abbildung 8: Internetseite von „Kinnox.to“³⁶

6 Audience Engagement – Die Publikumsbindung

Durch den Konsum bestimmter serienbezogener Inhalte und Produkte wie Hintergrundberichte und Fanartikel, die Teilnahme an serienverwandten Gewinnspielen oder Web Games wird der Rezipient, also der Zuschauer, selbst zum Akteur – einem aktiven Rezipienten.

Nach Askwith lassen sich verschiedene Instrumente (Engagement touchpoints) des Audience Engagement in TV-Serien unterscheiden.

1) Expanded Access – Erweiterter Zugang: Der Expanded Access bietet keine neuen Inhalte, sondern einen erweiterten Zugang zu bereits ausgestrahlten Episoden der Serie in Form von DVD-Boxen oder auf Plattformen im Internet wie iTunes oder Watchever.

2) Repackaged Content – Neu verpackter Inhalt: Er beinhaltet bereits bekannte Inhalte, die neu aufbereitet werden. Darunter fallen Episodenguides, biographische Angaben zu Charakteren und Plot Summaries, die allesamt auf den Informationen basieren, die zuvor in bereits ausgestrahlten Episoden vermittelt wurden.³⁷

³⁵ vgl. Askwith

³⁶ vgl. Kinnox.to

³⁷ vgl. Askwith

3) Ancillary Content – Zusatzinhalt: Dieser Begriff beschreibt die Schaffung von Hintergrundinformationen. Der Unterschied zum Repackaged Content besteht darin, dass nicht alte Inhalte neu aufbereitet werden, sondern dass neue hintergründige Informationen geschaffen werden. Dazu zählen alle journalistischen Beiträge, die den Inhalt der TV-Serie zum Gegenstand haben, wie zum Beispiel Zeitungsartikel, Kritiken sowie inoffizielle und offizielle Fanmagazine. Außerdem werden hierzu alle Arten der konventionellen Werbung, wie Plakate, Trailer und Making Of-Berichte gezählt.

4) Branded Products – Markenprodukte: So werden sendungsverwandte Objekte bezeichnet, die nicht als Inhalt fungieren, die aber Einfluss auf die Markenidentität des Fernsehprogramms ausüben. Dazu zählen alle Objekte, die mit der Serie in Verbindung stehen und die der Rezipient sammeln und besitzen kann. Diese Vielzahl der Produkte reicht von analogen Artikeln wie Kleidung, Postern, Kaffeetassen bis hin zu digitalen Artikeln wie Screensaver, Wallpaper oder Handyklingeltöne.³⁸



Abbildung 9: „Game of Thrones“ Merchandise³⁹

³⁸ vgl. Askwith

³⁹ vgl. dreadcentral.com

5) Social Interaction – Soziale Interaktion: Dieser Punkt beinhaltet den Austausch von Meinungen über die Inhalte einer TV-Serie. Social Interaction geschieht meist in Foren der Internet-Communities und findet zwischen Fans statt, die untereinander diskutieren oder aber auch zwischen Fans und Produzenten, Regisseuren oder Schauspielern, die Fragen der Fans beantworten.

6) Interactivity – Interaktivität: Dieses Instrument umfasst die direkte, unmittelbare Interaktion zwischen Autoren, Produzenten und Zuschauer, welche die zielgerichtete Erfassung des Meinungsbildes auf Seiten des Zuschauers zur Folge hat. Dies kann zum Beispiel durch Telefon- oder Internetabstimmung geschehen. So ließ das Network NBC im Oktober 2004 im Internet abstimmen, ob ein Charakter der Serie „Law & Order: Criminal Intent“ im Laufe der episodensübergreifenden Handlung sterben oder am Leben bleiben sollte.

Diese Zuschauerbindung existierte bereits in den 1960er Jahren in Form von Fankulturen rund um Serien wie „Star Trek“ und „Dr. Who“. Durch die Nutzung des Internets und sozialer Netzwerke kann der Rezipient einerseits aktiv an Teilen der Serienhandlung teilnehmen, andererseits wird das Prinzip der meist wöchentlichen Ausstrahlung zu festgelegten Zeitpunkten im Fernsehen erhalten.^{40, 41}

7 Funktionen und Ziele des Audience Engagements:

Steigerung des Konsums:

Audience Engagement entwickelte sich im Umfeld von TV Serien aufgrund strategisch ökonomische Absichten. Das Konzept wurde Teil innovativer Marketingkampagnen und wirkt somit durch die Erzeugung mittelbarer oder unmittelbarer Werbebotschaften für die jeweilige Serie durch eine Steigerung des Bekanntheitsgrades, was im besten Fall zu höheren Einschaltquoten führt.^{42, 43}

⁴⁰ vgl. Askwith

⁴¹ vgl. Bobineau

⁴² vgl. Askwith

⁴³ vgl. Bobineau

Darüber hinaus werden durch Audience Engagement weitere Absatzmärkte neben dem eigentlichen Produkt „TV Serie“ durch den Verkauf von Merchandise oder die Verdienstmöglichkeiten durch den Verkauf von Werbeflächen auf involvierten Webseiten geschaffen. Zudem lässt sich durch die Interaktion des Rezipienten effizient Marktforschung betreiben. Durch den direkten Kontakt zum Rezipienten können die Bedürfnisse der Zielgruppe effektiv und ohne aufwändige Umfragen erfasst werden.

Steigerung der Identifikation mit der Serie und/oder den Charakteren:

Durch die vielfältigen Möglichkeiten der direkten, intermedialen Interaktion wird die Fiktion in Teilen durchbrochen und die Distanz zwischen der erzählten Welt und dem Rezipienten geringer. Die Medienfiguren und die Inhalte der TV-Serie wirken erreichbar, die Grenzen zwischen Realität und Fiktion verschwimmen. Aufgrund des Realitätsbezugs kommt es zu einer durchaus beabsichtigten Illusionsdurchbrechung. Die erzählte Welt scheint durch das Audience Engagement somit zugänglich gemacht zu werden. Als Konsequenz kann eine höhere Bindung zur Serie entstehen, die den Zuschauer zum Einschalten des Fernsehers zu festen Sendezeiten motiviert. Die stärkere Bindung spiegelt sich aus ökonomischer Sicht in den Einschaltquoten wider, die sich bei einer ausgeprägten Bindung der Zielgruppe zur TV Serie mit großer Wahrscheinlichkeit erhöhen.

Steigerung der Partizipation:

Der Rezipient erhält durch die Mittel des Audience Engagement jederzeit Zugang zu Serie selbst, aber auch zu den Charakteren und der Handlung. Somit machen sich konventionelle TV-Serien das Attribut der Allverfügbarkeit zunutze, allerdings mit einem großen Unterschied zu den On-Demand-Angeboten im Internet: Die Allverfügbarkeit gilt lediglich für die serienbezogenen Inhalte der engagement touch points, nicht aber für die einzelnen Episoden der Serie. Somit entstehen serienbezogene Inhalte, die die serielle Zeitachse der wöchentlichen Erscheinung lediglich erweitern und nicht negativ beeinflussen. Darauf aufbauend kann das Audience Engagement dazu dienen, wöchentliche Wartezeiten zwischen zwei Folgen oder längere Wartezeiten (zum Beispiel Sommerpause) zwischen zwei Staffeln zu verkürzen. Die Touchpoints werden zum temporären Füllobjekt, dass jederzeit verfügbar ist.^{44, 45}

⁴⁴ vgl. Askwith

⁴⁵ vgl. Bobineau

Steigerung der Motivation:

Da Audience Engagement stets eine aktive und willentlich erfolgte Behandlung des Subjektes erfordert, zählt die Motivation zu den notwendigen Grundbedingungen. Allerdings liegt es nahe, dass die bereits vorhandene Motivation durch Konsum, Identifikation und Partizipation positiv beeinflusst und noch weiter gesteigert werden kann.

Anhand der Auswirkungen wird deutlich, dass das primäre Ziel des Audience Engagement im finanzstrategischen Sektor der Fernsehsender liegt. Der Zuschauer soll durch Audience Engagement eine höhere Bindung entwickeln und möglichst regelmäßig zur Sendezeit einschalten, damit die steigenden Quoten wiederum zu höheren Einnahmen durch Werbespots führen. Darüber hinaus eröffnet die Zuschauerbeteiligung neue Märkte und damit neue Einnahmequellen.^{46, 47}

8 Auswirkungen von Serien auf Körper und Geist

Suchterzeugung ist ein Symptom des Populären, des Erfolgs, der Macht der Fortsetzungsnarration. Aber die serielle Narration, also die Serie, ist weniger ein Droge, sondern ein narrativer Sog, der zum Nachdenken und zur Rezeption von Neuem, Schönem und Unerwartetem animiert. Der Sog ist so wirksam, dass es oft als Droge missverstanden wird. Dieser Sog ist auch als starke Faszination zu werten.⁴⁸

Im Auftrag des Seriensenders Fox und Vodafone gingen Forscher der Neuromarketing Labs in Aspach und Reutlingen den verschiedenen Reaktionen von Rezipienten auf Serien und Serienentzug auf den Grund. Die Untersuchungen im Kernspintomographen zeigten, dass die Probanden Serien bevorzugten, die mindestens eine von 13 starken Emotionen in ihnen weckte. Und zwar völlig unabhängig davon, ob es sich dabei um positive oder negative Emotionen handelte. Generell war eine Lust an Emotionen wie Gefahr und Angst zu beobachten, die mit Serienausschnitten geweckt werden konnten (siehe Abbildungen unten). Die Forscher interpretieren diese „Angstlust“ als die Suche nach einem Kontrastprogramm zum Alltag.⁴⁹

⁴⁶ vgl. Askwith

⁴⁷ vgl. Bobineau

⁴⁸ vgl. Nesselhauf und Schleich

⁴⁹ vgl. Fox / Vodafone Studie

Mittels Elektroenzephalographie (EEG), einer spezifischen Messung der Hirnaktivität, konnten die Forscher während des Tests eine stärkere Aktivität in der linken Hemisphäre des Frontallappens ausmachen. Dieser ist mit positiven Emotionen besetzt. Am stärksten reagierten die Probanden beispielsweise auf die Figur Sheldon Cooper aus „The Big Bang Theory“, Daryl Dixon aus „The Walking Dead“ und den Vampir Damon aus „Vampire Diaries“. Die Figur Ted aus „How I Met Your Mother“ lieferte die höchsten Werte auf der Skala der Emotionen. Die folgenden Abbildungen zeigen zwei Reaktion des Gehirns im Kernspintomographen. Zum einen auf die berühmte „Red Wedding“-Szene von „Game of Thrones“. Der Mord an den Hauptdarstellern hat – so die Forscher – zu einer Aktivierung des Ekel-Empfindens geführt. Die Szene zieht die Zuschauer sehr in ihren Bann (Involvement).

Zum anderen wird die Reaktion auf eine typische Zombie-Angriffsszene in „The Walking Dead“ gezeigt. „Aufmerksamkeit“ und „Neuheit“ sind sehr stark ausgeprägt. Für solche Szenen typisch wird nicht „Angst“ hervorgerufen, sondern „Ärger“. „Ärger“ in diesem Sinne bedeutet, dass sich der Zuschauer so stark in die aggressive Szene hineinversetzt, dass er diese Emotion selbst spüren kann.⁵⁰

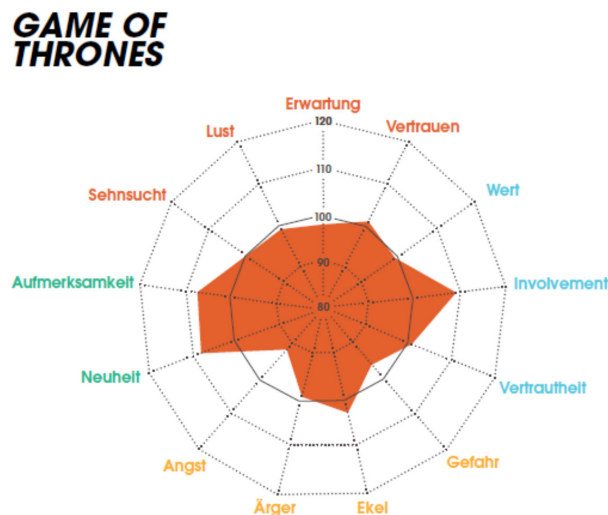


Abbildung 10: Emotionen bei „Game of Thrones“⁵¹

⁵⁰ vgl. Fox / Vodafone Studie

⁵¹ vgl. Fox / Vodafone Studie

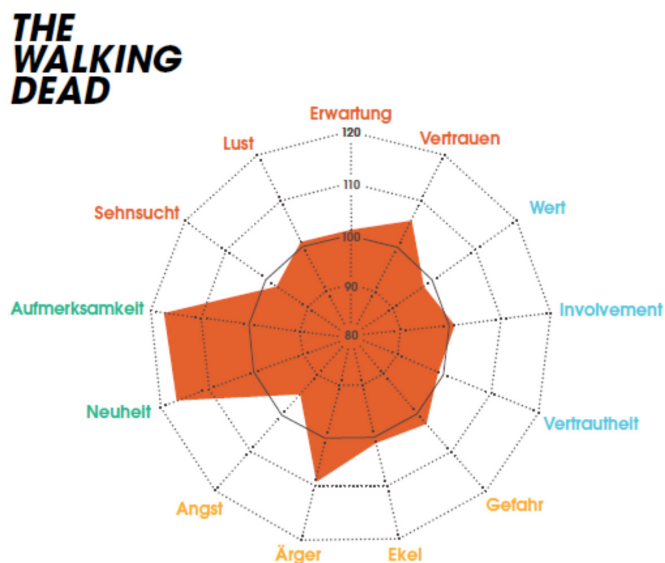


Abbildung 11: Emotionen bei „The Walking Dead“⁵²

Auch die Hormonmessung der Probanden lieferte überraschende Ergebnisse. Demnach haben TV-Serien generell eine beruhigende Wirkung auf die Zuschauer, selbst wenn Horror-Szenen (zum Beispiel aus „The Walking Dead“) zum Einsatz kamen. Die Forscher folgern daher, dass Fernsehen generell eine beruhigende Wirkung hat.⁵³

9 Änderung des Schauverhaltens in Zahlen

Den folgenden Ergebnissen liegt die ARD/ZDF-Online-Studie zu Grunde und liefert stützendes Material dazu, wie sich das Schauverhalten ändert.

Der Anteil der Internetnutzer ist in Deutschland 2014 auf 79,1 Prozent angestiegen. Das Potenzial bei den jüngeren Altersgruppen ist weitgehend ausgeschöpft, künftiges Wachstum wird vornehmlich in der älteren Generation und durch die zunehmende Verbreitung mobiler Endgeräte zu erwarten sein. Zu den Angeboten mit Wachstum zählen die Audio- und vor allem die Videoangebote im Netz: Die Nutzung von Video-Mediatheken, Videoportalen, Video- und Audiopodcasts sowie Video- und Audio-Streamingdiensten nimmt zu - insbesondere, aber nicht nur bei unter 30-Jährigen. Auch wegen der steigenden Verbreitung von Tablets und Smartphones wird immer mehr Zeit im Internet verbracht.⁵⁴

⁵² vgl. Fox / Vodafone Studie

⁵³ vgl. Fox / Vodafone Studie

⁵⁴ vgl. Eimeren / Frees

Das Internet bietet vielfältige Möglichkeiten der Bewegtbildnutzung: Online live oder zeitversetzt fernsehen zählt ebenso dazu wie die Nutzung von Videoportalen, TV-Mediatheken, On-demand-Videos oder von Video-Streamingdiensten bzw. Kino auf Abruf.

45 Prozent der Onliner ab 14 Jahren nutzen mindestens einmal wöchentlich Bewegtbild im Internet, und zwar zu 34 Prozent Videoportale, 14 Prozent sehen zeitversetzt und 8 Prozent live im Internet fern, 9 Prozent nutzen Sendermediatheken und 6 Prozent Videopodcasts. Als besonders video-affin erweisen sich mit einer wöchentlichen Nutzung von 79 Prozent die 14- bis 29-Jährigen. Hierbei spielt aber das Geschlecht eine besondere Rolle: Männer unter 30 Jahren nutzen Bewegtbild online am intensivsten, fast die Hälfte von ihnen (45%) sieht sich sogar täglich in irgendeiner Form Bewegtbild im Internet an, gleichaltrige Frauen tun dies nur zu 19 Prozent.⁵⁵ Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Parallelnutzung des „Second Screen“, was ein Szenario beschreibt, in dem parallel zum Fernseher ein zweiter Bildschirm zum Einsatz kommt. Dies eröffnet für die Fernsehsender die Chance, die Bindung an Fernsehinhalte und Markenwelten zu erhöhen.

Insgesamt nutzen 45 Prozent der Gesamtbevölkerung bzw. 57 Prozent der Onliner ab 14 Jahren zumindest selten parallel zum Fernsehen das Internet – oder sehen parallel zum Internet fern. Fernsehbezogen gehen zumindest 34 Prozent der Onliner ins Netz, Jüngere zu 47 Prozent. Am häufigsten wird etwas zum Thema der Sendung im Internet recherchiert, am zweithäufigsten unterhält man sich in einer Onlinecommunity über das Gesehene. Seltener wird online mit Machern, Gästen oder Experten diskutiert oder zu einem Thema abgestimmt. 29 Prozent der Onliner geben an, Fernsehen und Internet heute häufiger parallel zu nutzen als noch vor zwei Jahren (14- bis 29-Jährige: 48 %).

Großereignisse wie der „European Song Contest“ oder die Fußball-Weltmeisterschaft haben gezeigt, dass sich die fernsehbezogene Second-Screen- Nutzung steigender Beliebtheit erfreut. Entscheidend für das Nutzungspotenzial des Second Screen ist dabei immer auch die Attraktivität des Inhalts auf dem First Screen. Zudem ist es in hohem Maße von Sendungsart und Genre abhängig, ob und wenn ja, welche Second-Screen-Anbindung sinnvoll ist.⁵⁶

⁵⁵ vgl. Koch / Liebholz

⁵⁶ vgl. Busemann / Tippelt

Fernsehen und Internet konkurrieren hinsichtlich Angebotsvielfalt und Verfügbarkeit der Inhalte. Beim direkten Vergleich der Mediengattungen in Bezug auf die tägliche Sehdauer ergibt sich ein differenziertes Bild: Die Zuschauer von heute schauen nicht weniger fern, sondern auf unterschiedlichen Wegen.

2014 ergibt sich eine Fernsehnutzung über das Internet (linear oder zeitversetzt) von täglich 8 Minuten. Dies entspricht einem Zuwachs von 3 Minuten gegenüber dem Vorjahr. Zusammen mit der im AGF-Panel gemessenen Sehdauer für Fernsehen über den klassischen Verbreitungsweg „Fernsehgerät“ linear (237 Min.) und zeitversetzt (3 Min.) ergibt sich eine Gesamtnutzungszeit für das Fernsehen von 248 Minuten. Der Anteil der Fernsehnutzung via Internet beträgt damit 3 Prozent (2013: 2 %), der Anteil der klassischen linearen Fernsehnutzung über Kabel, Satellit, Terrestrik oder IPTV am gesamten Fernsehkonsum 96 Prozent und der der zeitversetzten Nutzung 1 Prozent.

Auf die Nutzung sonstiger Videos, wie sie auf Videoportalen, in Onlinevideotheken, bei Streamingdiensten usw. angeboten werden, entfallen weitere 7 Minuten. Dies entspricht einem Anteil von 6 Prozent (2013: 4 %) an der täglichen Bewegtbildnutzung (Fernsehen „klassisch“ und über das Internet – plus Onlinevideos über das Internet). Die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen sieht täglich bereits 32 Minuten bewegte Bilder im Internet.

Das Internet fungiert demnach als Angebotsmultiplikator des Fernsehens, anstatt es zu ersetzen. Der Fernsehbegriff wird durch professionell produzierte Inhalte im Internet erweitert, und die Grenze zwischen den Mediengattungen verschwimmt. Es wird in der Summe nicht weniger, sondern mehr ferngesehen. Durch die vielfältigeren Nutzungswege wird die Bindung an Marken und Formate immer wichtiger, dennoch ersetzt kein Medium das andere.⁵⁷

10 Auswertung der eigenen Umfrage

Es wurden 107 Personen, beider Geschlechter, im Alter von 18 bis 30 Jahren befragt. Die Umfrage wurde mittels Soziales Netzwerk verteilt. Das Ziel war es, zu veranschaulichen welches Schauverhalten heutige Rezipienten von Serien aufweisen.

⁵⁷ vgl. Frees

Die Umfrage findet sich in den Anlagen dieser Arbeit.

Bei der ersten Frage, wie viele Stunden die Befragten mit Serienschauen verbringen, kam es zu einem Ergebnis von durchschnittlich 7 Stunden pro Woche. Das bedeutet 1 Stunde pro Tag. Allerdings ist dies ja nur der Durchschnittswert. Die Extremwerte hierbei zeigten Ergebnisse von 2 und 15 Stunden pro Woche. Außerdem war hier das Geschlecht irrelevant, was bedeutet, dass Frauen wie Männer einen unterdurchschnittlichen und auch einen überdurchschnittlichen Stundenwert aufweisen.

	1	2	3	4	5
Online-Streaming-Dienst	68	6			
TV	12	46	13	8	
DVD / Blu-ray	7	14	12	5	4
Video on Demand	4	7	6	7	
Mediathek	5	7	26		

Tabelle 1: Umfrage Ergebnis Frage 2
(Angabe in Personen)

In der zweiten Frage (Tabelle 1) ging es darum, mit welchem Medium der einzelne Rezipient Serien anschaut. Hier sagten 68 Personen, dass sie bevorzugt Serien mit Online-Streaming-Diensten schauen. Für 6 Personen ist der Online-Streaming-Dienst das zweitliebste Medium. Serien, die im TV ausgestrahlt werden, wurden nur von 12 Befragten mit der Ziffer „1“, also als bevorzugtes Medium, versehen. Allerdings sagten 46 Personen, dass sie Serien am zweitliebsten im Fernsehen anschauen. Der oft kostenlose Online-Streaming-Dienst hat sich also gegen das herkömmliche Serienschauen im TV deutlich behauptet.

Bei der nächsten Frage kam heraus, dass die meisten der Befragten (51 Personen) regelmäßig ihre Lieblingsserie schauen und das es ihnen aber nichts ausmacht, wenn sie eine Episode verpassen. (Tabelle 2)

Ich verpasse keine Folge und informiere mich zusätzlich über meine Lieblingsserien.	47
Ich schaue regelmäßig meine Lieblingsserien - finde es aber nicht schlimm, wenn ich einzelne Folgen verpasse.	51
Ich nutze die Serie als Nebenbei-Medium während ich anders tue und mir macht es nichts aus, wenn ich einzelne Inhalte der Episode oder ganze Folgen verpasse.	7

Tabelle 2: Umfrage Ergebnis Frage 3
(Angabe in Personen)

Die Zahl der Rezipienten, die keine Folge ihrer Lieblingsserie verpassen und sich zusätzlich im Internet informieren, liegt mit einem Resultat von 47 Personen auch im oberen Bereich. Die Zahl der befragten Personen, die Serien als Nebenbei-Medium nutzen, liegt hier nur bei 7 Personen. Diese Werte haben natürlich mit dem Alter der Befragten zu tun, lässt aber trotzdem schon auf eine Serien-Affinität schließen, was mit dem, in dieser Arbeit thematisierten Serienboom, einhergeht.

Die nächste Frage (Tabelle 3) zeigte, dass das Serien-Genre „Sitcom“ mit 72 Personen am beliebtesten ist. Das ist nicht gerade überraschend, wenn man bedenkt, wie bei manchen Sendern fast das ganze Tagesprogramm aus Comedy/Sitcoms besteht. Aber auch das Genre „Krimi“ mit 66 Personen, „Dramaserie“ mit 59 Personen und „Fantasy“ mit 52 Personen sind sehr populär bei den Befragten. Schlusslichter bildeten die Genres „SciFi“ und „Cartoon“ mit 11 und 13 Personen.

Genre	Personen
Sitcom	72
Soap	13
Drama	59
Krimi	66
Fantasy	52
Horror	33
Cartoon	11
SciFi	13

Tabelle 3: Umfrage Ergebnis Frage 4

Bei der nächsten Frage (Tabelle 4) bestätigt sich ein bereits oben beschriebener Trend. Zwar gaben 53 Personen an Serien am liebsten auf Deutsch zu schauen, 39 Personen sagten aber, dass sie Serien bevorzugt im Originalton anschauen.

Serien	im Originalton	39
	im Originalton mit Untertiteln	9
	im Originalton mit deutschen Untertiteln	6
	auf deutsch	53

Tabelle 4: Umfrage Ergebnis Frage 5
(Angabe in Personen)

Die letzte Frage zeigte auf welchem Endgerät der Zuschauer bevorzugt Serien schaut. 51 Personen bevorzugten es mit dem Laptop zu schauen, was wenig überrascht, da viele ja Online-Streaming-Dienste nutzen. Der Fernseher wird nur von 35 Personen als bevorzugtes Endgerät bewertet. Eher wenige Personen schauen per Smart-TV, Smartphone oder Tablet.

	1	2	3	4	5
TV-Gerät	35	32			
Laptop	51	11	13		
Smartphone	5	7			
Smart-TV	12	5			
Tablet		7			

Tabelle 5: Umfrage Ergebnis Frage 6
(Angabe in Personen)

Anhand dieser Umfrage, lässt sich ableiten, dass Serien meist per Online-Streaming-Dienst und auf dem Laptop angesehen werden. Das ist auch nachvollziehbar, wenn man bedenkt, wie groß das Angebot an Serien im Internet ist, obgleich das kostenlose „streamen“ von Serien eine rechtlich heikle Angelegenheit ist. Zudem zeigt die Umfrage den steigenden Trend, dass viele Befragte der deutschen Synchronisation entsagen und gerne Serien im Originalton ansehen. All diese Ergebnisse zeigen aber vor allem den Serienboom der letzten Jahre.

11 Fazit

Wie hat sich nun das Schauverhalten geändert? Zunächst haben sich die Fernsehserien innerhalb der letzten Jahre verändert und einen deutlichen Qualitätssprung gemacht.

Im Bereich des Fernsehens hat in den letzten Jahrzehnten eine technische sowie ökonomische Entwicklung stattgefunden, die vor allem innerhalb der US-amerikanischen Fernsehlandschaft zu einer Revolution der Ästhetik fiktionaler Serienformate geführt hat.

Die technischen Entwicklungen innerhalb der 90er Jahre (Digitalisierung) näherten das Fernsehbild schließlich auch optisch dem Kinobild an.

Der Erfolg kommt durch eine neue neue Art des Erzählens. Früher wurde eine zu große erzählerische Komplexität einer Serie vermieden, damit das Fernsehpublikum auch nach einer oder mehreren Wochen wieder leicht in das Programm einsteigen konnte.

Nicht selten fand nach jeder Folge eine Art Wiederherstellung eines Status Quo statt, der über Jahre unverändert blieb. Aber das Wesen der Serie hat sich maßgeblich verändert.

„Quality TV“, und hier speziell die beliebten Dramaserien, stellen sich einer solchen Struktur entgegen.

Die Fernsehmacher haben sich von dem Format des seriellen Erzählens entfernt, in dem jede Woche eine abgeschlossene Geschichte präsentiert wird. Stattdessen verfolgt der Zuschauer die Figuren immer häufiger durch eine fortlaufende Erzählung. Diese verlangt uns eine intensive Beteiligung ab, oft über einen Zeitraum von mehreren Jahren hinweg.

Auch thematisch hat sich das Spektrum der Fernsehserien deutlich erweitert und stürzt sich inzwischen auch auf sehr spezielle Geschichten, die die Formelhaftigkeit klassischer Fernsehformate wie Polizeishows oder Familienserien weit hinter sich lassen. Erst durch diese beiden Faktoren wurden solch umfangreiche und tiefgehenden Geschichten, wie die über den Mafia-Boss Tony Soprano und seiner Familie oder die Story rund um den Lebemann Don Draper (Mad Men) im New York der 60er Jahre überhaupt möglich.

Das Pay-TV-Format kommt gerade diesen Serien zu Gute. Nicht angewiesen auf Werbung, sondern nur verpflichtet gegenüber ihren Abonnenten, versuchen aber auch weitere Fernsehsender wie AMC (The Walking Dead, The Killing), FX (The Shield – Gesetz der Gewalt, Justified) oder Showtime (Californication, Dexter) durch ihre eigenen Produktionen Alleinstellungsmerkmale zu schaffen und verhalfen dem Serienformat dadurch zu einem neuen Glanz. Die Nutzung von Pay-TV-Sendern in Verbindung mit Video-on-Demand-Diensten ist eine maßgebliche Veränderung im Schauverhalten, da der Zuschauer selber bestimmen kann, wann, welche Serien und wie viele Episoden er sehen möchte.

Es ist eine neue innovative Schaffensperiode entstanden, welche die Unterhaltungsindustrie nachhaltig beeinflusst.

Und das nicht nur auf inhaltlicher, sondern ebenso auf ökonomischer Ebene. Die Verbreitung besagter Serien auf DVD und Blu-ray sowie über das Internet macht aus der Entstehung des amerikanischen Quality-TV ein weltweites Phänomen.

Nur dadurch lohnt es sich für die Sender solch hohe Summen zu investieren, wie sie für die Verwirklichung solch aufwendiger Serien wie „Game of Thrones“ oder „Boardwalk Empire“ nötig sind. Profitieren kann in erster Linie der Zuschauer, der erzählerisch sowie audiovisuell hochwertige Werke geliefert bekommt, die sich nicht hinter der Qualität von Kinofilmen verstecken müssen. Zur Änderung im Schauverhalten auf technischer Ebene weisen die Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie und die der eigenen Umfrage in eine deutliche Richtung. Ferngesehen – in erster Linie Serien - wird nun immer mehr per Internet. Sei es mit illegalen Online-Streaming-Diensten, Video-on-demand-Services oder in Mediatheken. Der Zuschauer beansprucht hierbei die hohe zeitliche Flexibilität, welche die neuen Rezeptionsarten mit sich bringen. Der Zuschauer kann auch sein individuelles Bedürfnis, wie viele Episoden einer Serie er denn gerne schauen möchte, befriedigen.

Das TV-Programm und auch die Serien werden immer mehr auf den individuellen Zuschauer zugeschnitten.

Die Serienmaschine USA wird weiterhin qualitative Serien produzieren. Ob die einzige erfolgreiche deutsche Serie die Miniserie ist, bleibt abzuwarten. Vielleicht findet ein deutscher Produzent bald den Mut, ein deutsches Quality-TV-Projekt zu etablieren um mit Schweden und vor allem Großbritannien konkurrieren zu können.

Wie wird sich die Serienlandschaft in Zukunft entwickeln? Dazu Meinungen aus einem persönlichen Telefonat mit Fachbuchautor Markus Schleich. Er meinte, dass noch viele Serien in Zukunft produziert werden. Das neue Konzept der Quality-TV-Serien ist keinesfalls eine mediale Eintagsfliege und wird sich auch auf Genres wie Comedy übertragen. Außerdem wird der Zuschauer noch mehr in die Entscheidungsphase mit eingebunden. Wie es zum Beispiel bei Amazon gerade geschieht: Die Zuschauer dürfen sich zwischen fünf verschiedenen Serienpiloten entscheiden. Der Serienpilot mit den meisten Stimmen geht in die ausführliche Serienproduktion.

Langfristig, vielleicht in 10 Jahren, meint Schleich, werden Serienhandlungen auf transmedialer Ebene erzählt. Heißt: Die Geschichte einer Serie wird auf mehreren Kanälen erzählt. Ein Teil der Geschichte wird im TV, ein anderer Teil in einem Videospiel oder auf einer Website oder Applikation für das Smartphone erzählt. (Aus einem persönlichen Telefonat mit Markus Schleich)

Auch dieses Jahr wird Markus Schleich eine Konferenz in Saarbrücken veranstalten, welche das Phänomen der modernen Serie genau behandelt. Man merkt, das medienwissenschaftliche Interesse ist immer noch sehr groß und die moderne Serie wird noch einen weiten Weg gehen und das Schauverhalten der Zuschauer wird sich genau wie die Serie weiterentwickeln.

Literaturverzeichnis

Abbildung 2: „Einschaltquoten von Pay-TV und Broadcastserien“. Blanchet, Robert. In: „Quality-TV: Eine kurze Einführung in die Geschichte und Ästhetik neuer amerikanischer TV-Serien“. In: Blanchet, Robert/Köhler, Kristina/Smid, Tereza/Zutavern, Julia(Hg.): „Serielle Formen“. Marburg 2011, 54-55

Abbildung 3: „Figurenensemble von Game of Thrones“. URL: <http://www.gameofthronescharacters.net/wp-content/uploads/2013/03/Game-of-Thrones-Characters.jpg>

Abbildung 4: „Szene aus Mad Men“. URL: <http://oxfordstudent.com/wp-content/uploads/2013/04/PriyaChhaya.jpg>

Abbildung 5: „Breaking-Bad-Darsteller Bryan Cranston mit 2 Emmys“. URL: http://s1.ibtimes.com/sites/www.ibtimes.com/files/styles/v2_article_large/public/2014/08/26/bryan-cranston-wins-2014-emmy.jpg?itok=lz2ou6IA

Abbildung 6: „Internetlexika von „Game of Thrones“ und „The Vampire Diaries“. URL: http://awoiaf.westeros.org/index.php/Main_Page http://de.vampirediaries.wikia.com/wiki/Vampire_Diaries_Wiki

Abbildung 7: „Emmy für ZDF Dreiteiler“. URL: http://img.welt.de/img/boulevard_nt/crop134692162/1849404339-ci16x9-w780/International-Emmy-US-Fernsehpreis-fuer-ZDF-Dreiteiler.jpg

Abbildung 8: „Internetseite von kinox.to“. URL: www.kinox.to

Abbildung 9: „Game of Thrones – Merchandise“. URL: <http://www.dreadcentral.com/img/news/nov11/got2.jpg>

Askwith, Ivan D.: „Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium“. Cambridge 2007

Blanchet, Robert: „Quality-TV: Eine kurze Einführung in die Geschichte und Ästhetik neuer amerikanischer TV-Serien“. In: Blanchet, Robert/Köhler, Kristina/Smid, Tereza/Zutavern, Julia(Hg.): „Serielle Formen“. Marburg 2011, 37ff

Bobineu, Julien: „SaveWalterWhite.com“. In: Nesselhauf, Jonas/Schleich, Markus: „Quality-TV“. Berlin 2014, 227ff

Busemann, Katrin/Tippelt, Florian: „Second Screen: Parallelnutzung von Fernsehen und Internet“. ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

Eimeren, Birgit van/Frees, Beate: „79 Prozent der Deutschen online - Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild“. ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

Fox/Vodafone Studie: „Wissenschaftliche Studie: Körper zeigt Symptome von Abhängigkeit bei Entzug von TV-Serien“. Medienmitteilung FOX 2013. URL: <http://www.presseportal.de/pm/107769/2618821/wissenschaftliche-studie-k-rper-zeigt-symptome-von-abh-ngigkeit-bei-entzug-von-tv-serien>

Frees, Beate: „Konvergentes Fernsehen: TV auf unterschiedlichen Zugangswegen“. ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

Hahn, Sönke: „Zwischen Stagnation und Progression: Die Miniserie“. In: Nesselhauf, Jonas/Schleich, Markus: „Quality-TV“. Berlin 2014, 281ff

Hüetlin, Thomas: „Schatz, was kann ich tun?“. Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-89470587.html>

Koch, Wolfgang/Liebholz, Bernd: „Bewegtbildnutzung im Internet und Funktionen von Videoportalen im Vergleich zum Fernsehen“. ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

Nesselhauf, Jonas/ Schleich, Markus: „Watching too much television“. In: Nesselhauf, Jonas/Schleich, Markus: „Quality-TV“. Berlin 2014, 9ff

Philippi, Anne: „Wenn Amerika sich auskotzt“. Online-Artikel 2013. URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/vor-den-emmy-awards-wenn-amerika-sich-auskotzt-1.1776491>

Süddeutsche.de: „'Unsere Mütter, unsere Väter' gewinnt Emmy“. Online-Artikel der Süddeutschen Zeitung 2013. URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/auszeichnung-fuer-deutschen-mehrteiler-unsere-muetter-unsere-vaeter-gewinnt-emmy-1.2236761>

Anlagen

Umfrage zu „Die moderne Serie – Wie sich das Schauverhalten ändert“

Dies ist eine Umfrage, die veranschaulichen soll, wie sich das Schauverhalten deutscher Zuschauer im Bezug auf die TV-Serie verändert. Sie dient als wissenschaftliches Instrument für eine Bachelorarbeit.
Die Umfrage ist anonym. Allerdings sind Alter und Geschlecht wichtige Parameter.

Bitte angeben: Alter Geschlecht

1. Wie viele Stunden (ca.) pro Woche schauen Sie sich Serien an?

_____ Stunden

2. Mit welchem Medium schauen Sie sich TV-Serien an?

Bitte zutreffendes **ankreuzen und** erstellen sie mit den **Ziffern 1-5** eine Rangliste.

<input type="checkbox"/>	TV	_____
<input type="checkbox"/>	Online-Stream	_____
<input type="checkbox"/>	DVD/Blue-Ray	_____
<input type="checkbox"/>	Video-on-Demand	_____
<input type="checkbox"/>	Mediathek	_____

3. Welche Aussage trifft über ihr Schauverhalten zu? Bitte **ankreuzen**.

<input type="checkbox"/>	Ich verpasse keine Folge und informiere mich zusätzlich (z.B. im Internet) über meine Lieblingsserien.
<input type="checkbox"/>	Ich schaue regelmäßig meine Lieblingsserien – finde es aber nicht schlimm, wenn ich einzelne Folgen verpasse.
<input type="checkbox"/>	Ich nutze die Serie als Nebenbei-Medium während ich anderes tue und mir macht es nichts aus, wenn ich einzelne Inhalte der Episode oder ganze Folgen verpasse.
<input type="checkbox"/>	Ich

4. Welche Art von Serie (Genre) schauen sie? Bitte **ankreuzen**.

<input type="checkbox"/>	Sitcom
<input type="checkbox"/>	Soap
<input type="checkbox"/>	Dramaserie
<input type="checkbox"/>	Krimiserie
<input type="checkbox"/>	Fantasyserie
<input type="checkbox"/>	Horrorserie
<input type="checkbox"/>	Sonstige, nämlich

5. Was trifft zu? Bitte **ankreuzen**.

Ich schaue bevorzugt Serien ...

<input type="checkbox"/>	... im Originalton.
<input type="checkbox"/>	... im Originalton mit Untertitel.
<input type="checkbox"/>	... im Originalton mit deutschen Untertiteln.
<input type="checkbox"/>	... auf deutsch.

6. Mit welchem Endgerät schauen sie bevorzugt Serien?

Bitte zutreffendes **ankreuzen und** erstellen sie mit den **Ziffern 1-5** eine Rangliste.

<input type="checkbox"/>	TV	—
<input type="checkbox"/>	Smartphone	—
<input type="checkbox"/>	Smart-TV (Fernseher in Verbindung mit dem Internet)	—
<input type="checkbox"/>	Tablet	—
<input type="checkbox"/>	Laptop	—

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum Vorname Nachname